

BAB II

KARAKTERISTIK RESPONDEN, KOMPETENSI KOMUNIKASI TENAGA PENJUAL, DAN TERPAAN INFORMASI CHANNEL YOUTUBE AUTONETMAGZ, DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA CITY DI KOTA SEMARANG

Bab ini mendeskripsikan temuan penelitian mengenai karakteristik responden serta hubungan kompetensi komunikasi tenaga penjual dan terpaan informasi channel youtube autonetmagz dengan keputusan pembelian mobil Honda City di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebesar 50 responden yang merupakan warga di Kota Semarang, menggunakan teknik wawancara dengan dibantu kuesioner dengan teknik *accidental sampling* dengan syarat responden pernah berkomunikasi dengan tenaga penjual dan pernah melihat video uji Honda City di channel youtube Autonetmagz.

2.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu

variabel Uji validitas menentukan apakah instrument penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur atau tidak. Nilai r Diagram dapat dihitung $df = n - k = 50 - 2 = 48$ dan $\alpha = 0.05$ didapat $r_{41 \text{ Diagram}} = 0,279$. Menurut Diagram Distribusi Nilai r statistik dengan tahap signifikansi 5% untuk 50 responden, yaitu sebesar 0,279.

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{Diagram}}$ maka kuesioner dapat dikatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{Diagram}}$ maka kuesioner dapat dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliable atau handal jika masing masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0.60 (Ghozali, 2011:48).

2.1.1 Variabel Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual

Dari hasil uji validitas dan realibilitas terhadap variabel kompetensi komunikasi tenaga penjual adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Validitas Variabel Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual

Pertanyaan	Angka Signifikansi	Status Validitas
P1	$0,816 > 0,279$	√
P2	$0,818 > 0,279$	√
P3	$0,749 > 0,279$	√
P4	$0,538 > 0,279$	√
P5	$0,807 > 0,279$	√
P6	$0,604 > 0,279$	√
P7	$0,874 > 0,279$	√

Dari keseluruhan pertanyaan mengenai variabel kompetensi komunikasi tenaga penjual dalam penelitian ini, seperti yang terlihat pada tabel 2.1 diatas bahwa data yang digunakan valid karena melebihi nilai r tabel yaitu 0,279 dan dapat digunakan sebagai alat ukur pada variabel penelitian ini.

Tabel 2.2
Reliabilitas Variabel Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Status Reliabilitas
Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual	0,866 > 0,60	√

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas dapat diketahui bahwa variabel yang ditunjuk memiliki nilai Chronbach's Alpa melebihi nilai standarisasi yaitu sebesar 0,60. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel kompetensi komunikasi tenaga penjual tersebut dinyatakan reliabel.

2.1.2 Variabel Terpaan Informasi Channel Youtube Autonetmagz

Dari hasil uji validitas dan realibilitas terhadap variabel terpaan informasi channel Youtube Autonetmagz adalah sebagai berikut:

Tabel 2.3
Validitas Variabel Terpaan Informasi Channel Youtube Autonetmagz

Pertanyaan	Angka Signifikansi	Status Validitas
P1	0,673 > 0,279	√
P2	0,566 > 0,279	√
P3	0,641 > 0,279	√
P4	0,746 > 0,279	√
P5	0,650 > 0,279	√
P6	0,556 > 0,279	√

Dari keseluruhan pertanyaan mengenai variabel terpaan informasi saluran youtube Autonetmagz dalam penelitian ini, seperti yang terlihat pada tabel 2.3 diatas bahwa data yang digunakan valid karena melebihi nilai r tabel yaitu 0,279 dan dapat digunakan sebagai alat ukur pada variabel penelitian ini.

Tabel 2.4

Reliabilitas Variabel Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz

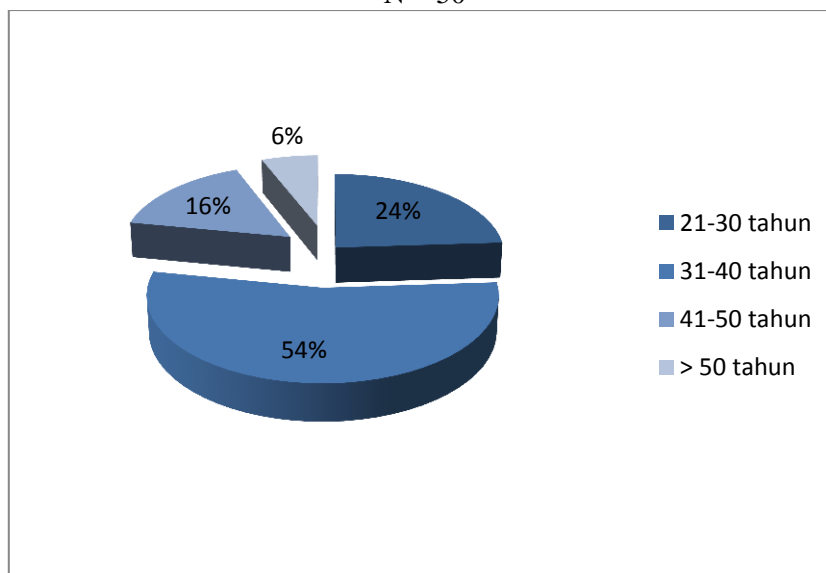
Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Status Reliabilitas
Terpaan Informasi Channel Youtube Autonetmagz	0,708 > 0,60	√

Berdasarkan Tabel 2.4 di atas dapat diketahui bahwa variabel yang ditunjuk memiliki nilai Chronbach's Alpa melebihi nilai standarisasi yaitu sebesar 0,6. Dengan demikian nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel terpaan informasi saluran Youtube Autonetmagz tersebut dinyatakan reliabel.

2.2 Deskripsi Responden

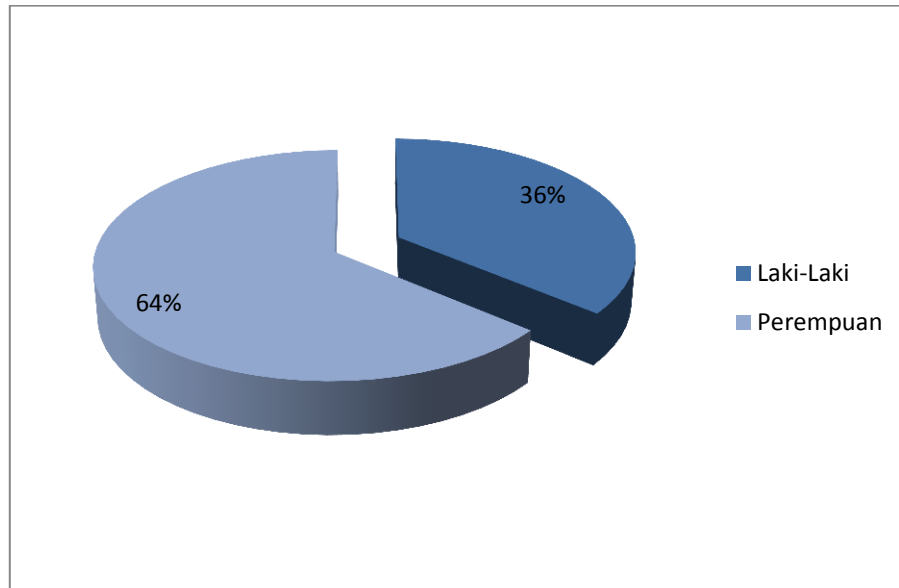
Deskripsi responden bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden mengenai latar belakang diantaranya adalah usia, jenis kelamin, pekerjaan dan domisili atau tempat menetap saat ini. Penelitian ini mengambil sejumlah 50 responden yang menjadi pengunjung pameran otomotif Ciputra Mall dimana 20 responden di ambil pada hari pertama pameran 15 responden pada hari kedua serta 15 responden pada hari 3.

Diagram 2.1
Usia Responden
N = 50



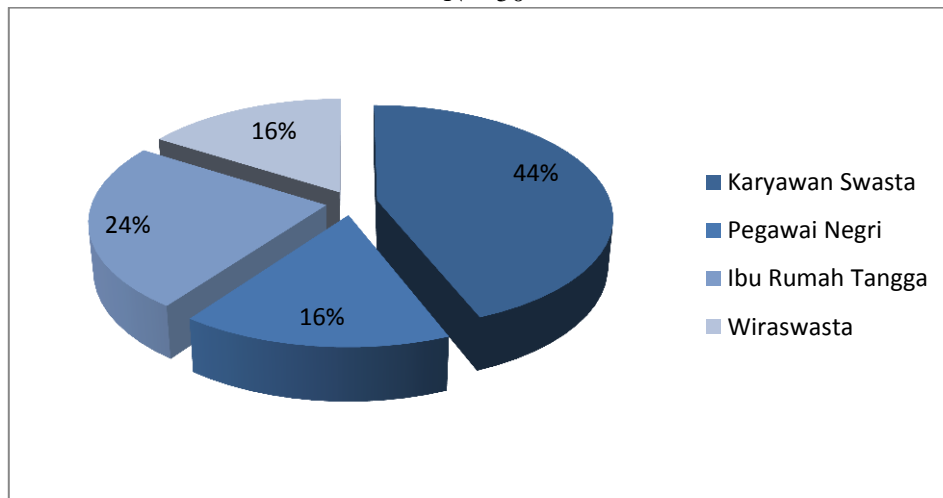
Dapat diketahui dari diagram 2.1 diatas bahwa sebagian besar responden adalah berusia antara 31 – 40 tahun, diikuti oleh usia 21 – 30 tahun. Sehingga dapat bisa diketahui bahwa sebagian besar responden penelitian adalah responden berumur produktif yaitu 21-40 tahun.

Diagram 2.2
Persebaran Jenis Kelamin Responden
N = 50



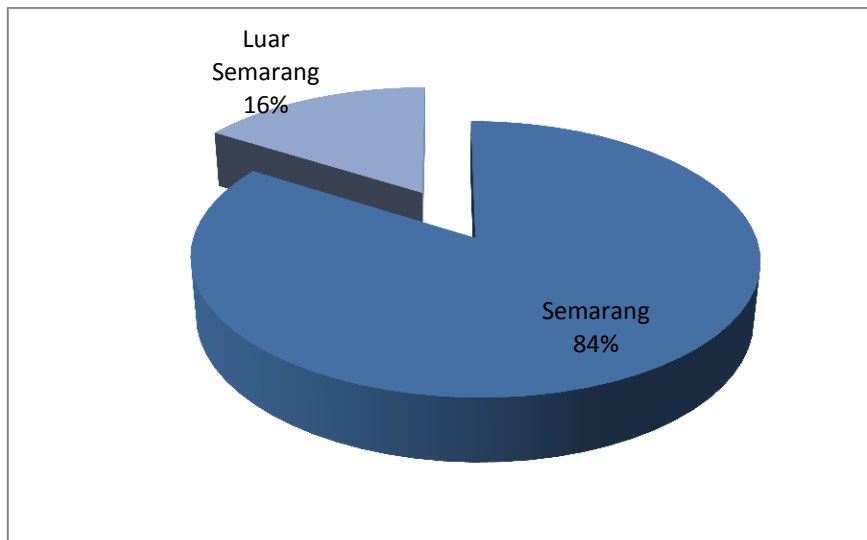
Dapat diketahui dari diagram 2.2 bahwa mayoritas responden penelitian adalah berjenis kelamin wanita, namun tak sedikit pula responden yang berasal dari lingkup laki laki.

Diagram 2.3
Jenis Pekerjaan Responden
N = 50



Dapat diketahui dari diagram 2.3 diatas bahwa mayoritas responden peminat Honda City adalah karyawan swasta, namun yang unik adalah pekerjaan sebagai ibu rumah tangga / tidak bekerja cukup tinggi, walaupun pada sector jenis pekerjaan karyawan swasta tampak medominasi responden penelitian kali ini.

Diagram 2.4
Kota Domisili
N = 50



Dapat diketahui dari diagram 2.4 bahwa mayoritas responden berasal dari kota Semarang, ini dikarenakan bahwa produk otomotif akan selalu berhubungan dengan penjual dalam hal ini dealer mobil untuk jangka panjang diantaranya untuk pengurusan surat kendaraan dan tentunya service atau perbaikan rutin.

2.3 Kompetensi Komunikas Tenaga Penjual

Kemampuan seorang tenaga penjual untuk berkomunikasi secara efektif terhadap calon pembeli , diuraikan dalam sub bab ini. Kompetensi komunikasi tenaga penjual terdiri dari 5 (lima) indikator yaitu, kemampuan tenaga penjual untuk menjelaskan produk Honda City, kemapuan tenaga penjual untuk menjawab pertanyaan calon konsumen terhadap produk Honda City, kemampuan tenaga penjual melakukan manajemen aksi terhadap reaksi, emosi serta ekspresi dalam berkomunikasi dan kemampuan tenaga penjual dalam menunjukan motivasi selama proses komunikasi.

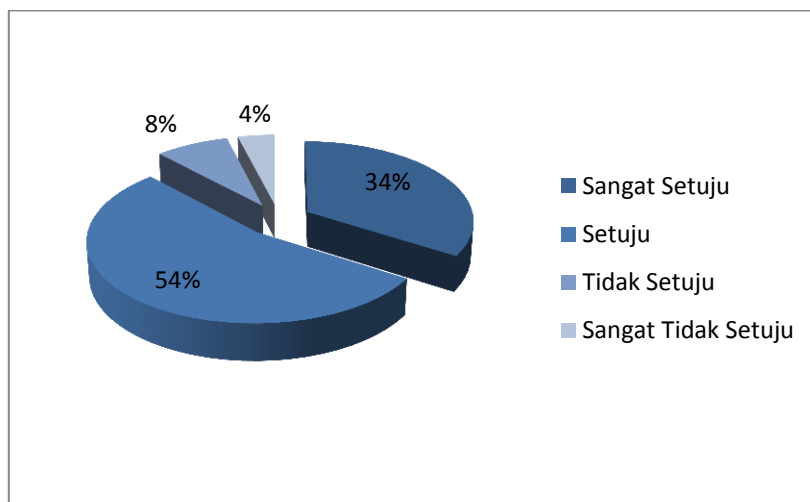
Pada saat pengisian kuesioner, responden diberikan pertanyaan dan kemudian diminta untuk menjawab menggunakan skala 1-4, skor 1 untuk sangat tidak setuju, skor 2 untuk tidak setuju, skor 3 untuk setuju dan skor 4 untuk sangat setuju.

2.3.1 Kemampuan Tenaga Penjual untuk Menjelaskan Produk Honda City

Gambar diagram berikut menunjukkan bagaimana tenaga penjual memberikan penjelasan mengenai produk Honda City kepada responden.

Diagram 2.5

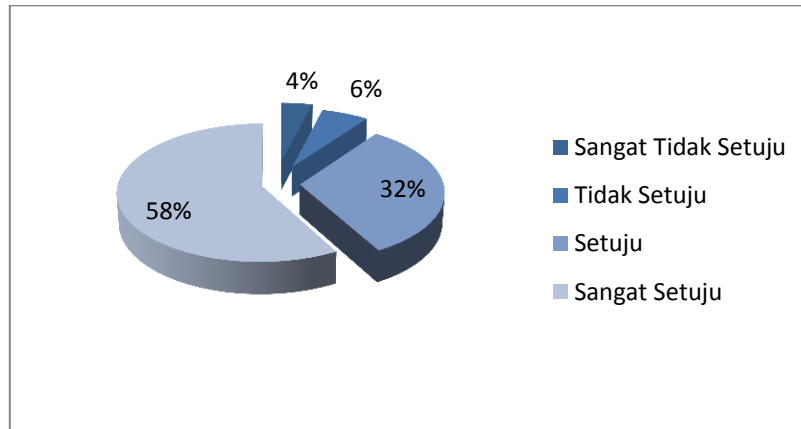
Tenaga penjual menjelaskan fitur dan keunggulan Honda City



Ditunjukkan dalam diagram 2.5 bahwa didapat mayoritas responden mengatakan sangat setuju dan setuju tenaga penjual mampu menjelaskan fitur dan keunggulan Honda City, dimana diantaranya fitur adalah sedan ringan dengan kapasitas lima penumpang, dengan ditenagai mesin I-Vtec 1500 cc berkekuatan 120ps, dan dilengkapi fitur fitur keamanan seperti ABS, BA dan VSC sedangkan sedikit responden lainnya menjawab tenaga penjual tidak mampu menjelaskan fitur dan keunggulan Honda City.

Diagram 2.6

Tenaga penjual menjelaskan tipe dan harga untuk produk Honda City



Dari hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam diagram 2.6 mayoritas responden mengatakan tenaga penjual mampu menjelaskan tipe dan untuk produk Honda City, dimana Honda City dijual dengan dua tipe yaitu tipe MT dengan harga 321 Juta Rupiah dan tipe CVT di harga 322 Juta Rupiah, sedangkan hanya sedikit responden yang menjawab tenaga penjual kurang mampu menjelaskan tipe dan harga untuk produk Honda City.

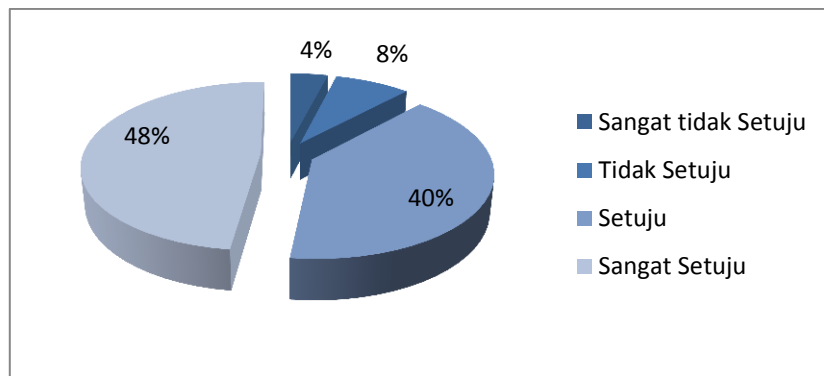
2.3.2 Kemampuan Tenaga Penjual untuk Menjawab Pertanyaan Calon

Konsumen terhadap Honda City

Gambar diagram berikut menunjukkan bagaimana kemampuan tenaga penjual untuk menjawab pertanyaan calon konsumen terhadap Honda City kepada responden.

Diagram 2.7

Tenaga penjual dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan jelas



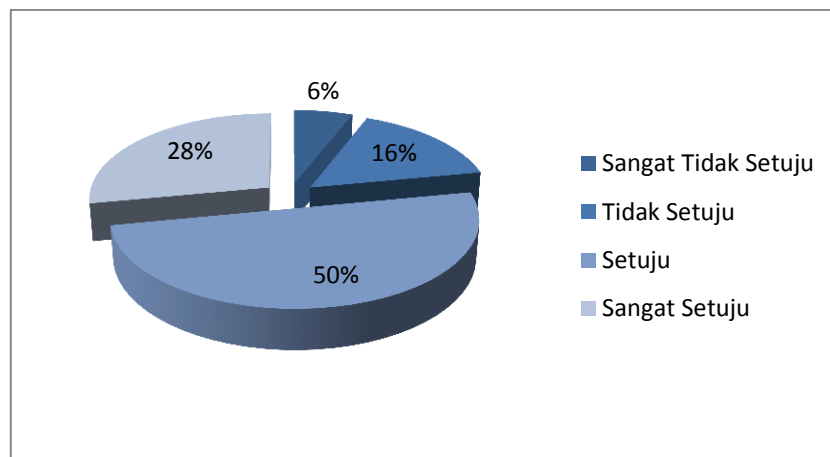
Dari hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam diagram 2.7, mayoritas responden menganggap bahwa sales dapat menjawab pertanyaan yang diberikan oleh calon konsumen dengan baik dan jelas, dan sebagian kecil kurang puas dan menganggap tenaga penjual tidak bisa menjawab pertanyaan dengan baik dan jelas, yang unik dari data tersebut bahwa terdapat nilai yang hampir seimbang antara responden yang menjawab dengan skor 3 (setuju) dan dengan skor 4 (sangat setuju).

2.3.3 Kemampuan Tenaga Penjual untuk Menyampaikan Informasi tentang Honda City dengan kata-kata yang Mudah Dipahami

Gambar diagram berikut menunjukkan bagaimana kemampuan tenaga penjual untuk menyampaikan informasi tentang Honda City dengan kata-kata yang mudah dipahami kepada responden.

Diagram 2.8

Tenaga penjual menyampaikan informasi dengan kata kata
dan bahasa yang mudah dipahami



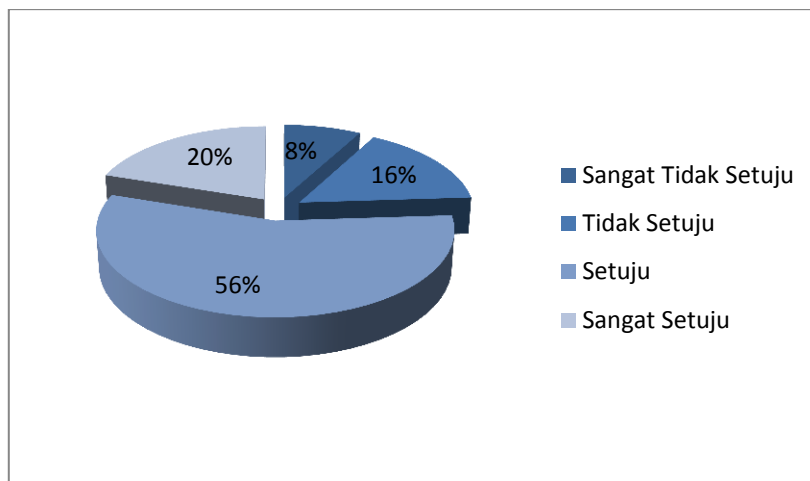
Dari hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam diagram 2.8, mayoritas dari responden menjawab sangat setuju bahwa tenaga penjual dapat menyampaikan informasi dengan kata kata dan bahasa yang mudah dipahami, namun masih ada sejumlah kecil responden mengatakan bahwa tenaga penjual tidak dapat menyampaikan informasi mengenai produk Honda City dengan kata-kata dan bahasa yang mudah dipahami.

2.3.4 Kemampuan Tenaga Penjual Melakukan Manajemen Aksi terhadap Reaksi, Emosi serta Ekspresi dalam berkomunikasi

Gambar diagram berikut menunjukkan bagaimana kemampuan tenaga penjual melakukan manajemen aksi terhadap reaksi, emosi serta ekspresi kepada responden.

Diagram 2.9

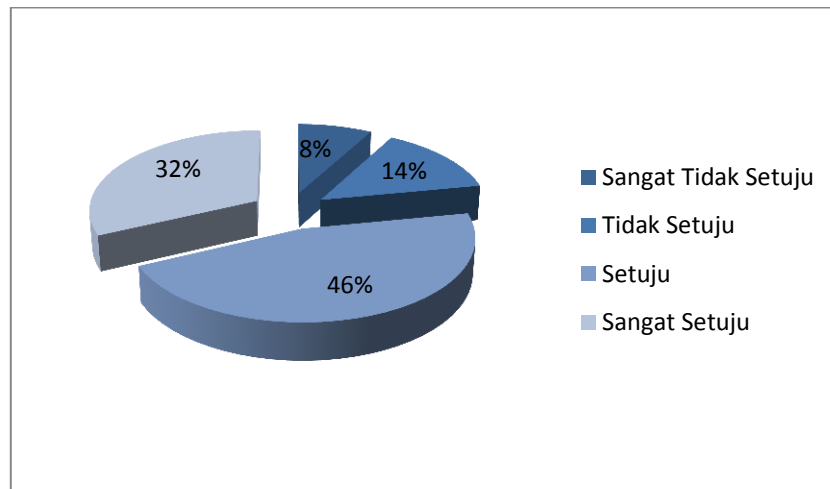
Tenaga penjual memulai percakapan dengan mengucapkan salam



Dari hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam diagram 2.9, mayoritas responden merasa bahwa tenaga penjual memulai percakapan dengan mengucapkan salam, namun terdapat sebagian kecil responden mengatakan bahwa tenaga penjual tidak mengucapkan salam ketika melakukan percakapan, mayoritas responden yang menjawab setuju mengatakan bahwa tenaga penjual memulai percakapan dengan mengucapkan salam, halo dan sesekali mengucapkan selamat siang atau malam.

Diagram 2.10

Tenaga penjual menunjukkan respon yang sesuai selama percakapan



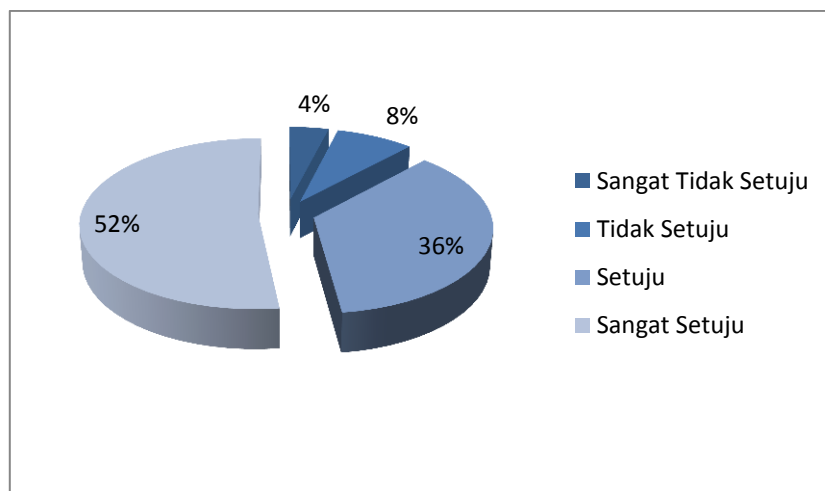
Dari hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam diagram 2.10, mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju mengatakan tenaga penjual selama proses berkomunikasi menampilkan ekspresi yang sesuai seperti ketika memberikan senyuman, ekspresi menarik, kaget dan menunjukkan gesture yang sesuai seperti berjabat tangan atau membungkukan badan ketika mengatakan terima kasih, namun masih ada sebagian kecil responden mengatakan tenaga penjual tampak tidak menunjukkan gesture maupun ekspresi yang sesuai selama proses berkomunikasi.

2.3.5 Kemampuan Tenaga Penjual dalam Menunjukkan Motivasi Selama Proses Komunikasi

Gambar diagram berikut menunjukkan bagaimana kemampuan tenaga penjual menunjukkan motivasi selama proses berkomunikasi kepada responden.

Diagram 2.11

Tenaga penjual tampak bersemangat dan aktif melakukan percakapan



Dari hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam diagram 2.11, mayoritas responden mengutarakan bahwa tenaga penjual tampak bersemangat dan aktif dalam melakukan proses berkomunikasi diantaranya dengan melakukan pandangan mata atau *eye contact* dengan responden dan tampak antusias dan aktif selama proses berkomunikasi.

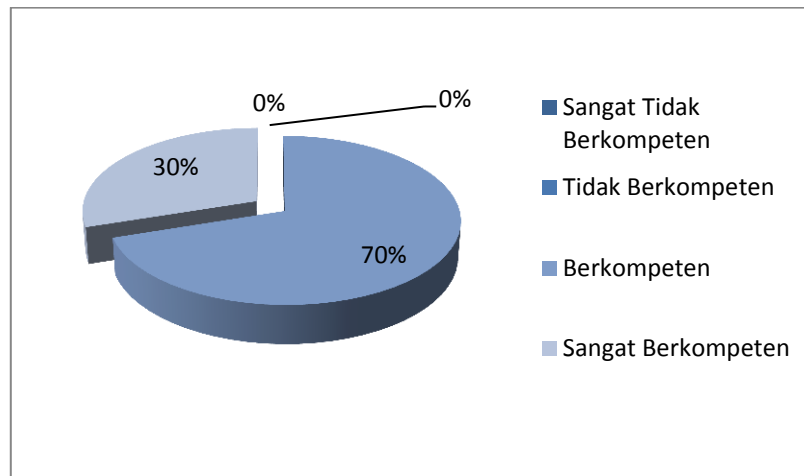
2.3.6 Kategorisasi Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual

Setelah melihat data yang didapat melalui beberapa indikator kompetensi komunikasi tenaga penjual, selanjutnya adalah pemaparan penilaian bagaimana kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh tenaga penjual Honda di Kota Semarang. Penilaian ini didapat melalui penyusunan tabel distribusi nilai variabel. Terdapat 7 item pertanyaan, dimana setiap item diberi skor 1-4, kemudian dapat diketahui jumlah total masing-masing item pertanyaan. Diketahui skor total tertinggi adalah 28 dan skor terendah adalah 7. Variabel kompetensi komunikasi ambassador ini akan dibagi menjadi 4 kelas yaitu sangat berkompeten, berkompeten, tidak berkompeten dan sangat tidak berkompeten, kategorisasi ini menggunakan rumus.

Dengan demikian kategorisasi dari variabel kompetensi komunikasi tenaga penjual sebagai berikut :

- a. Skor 7 – 12 diartikan tenaga penjual Honda sangat tidak berkompeten.
- b. Skor 13 – 17 diartikan tenaga penjual Honda tidak berkompeten.
- c. Skor 18 – 23 diartikan tenaga penjual Honda berkompeten.
- d. Skor 24 – 28 diartikan tenaga penjual Honda Sangat berkompeten.

Diagram 2.12
Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual



Dari item item pertanyaan berdasarkan indikator yang ada pada variabel kompetensi komunikasi tenaga penjual, diperoleh hasil yang menunjukkan mayoritas 70% tenaga penjual Honda memiliki kompetensi komunikasi yang cukup, dan 30% dianggap memiliki tingkat kompetensi komunikasi yang sangat tinggi, dengan kata lain semua tenaga penjual Honda memiliki kemampuan yang cukup untuk menjelaskan informasi terkait produk Honda City, mampu menjawab pertanyaan dengan baik dan jelas, dengan menggunakan kata kata dan bahasa yang mudah dipahami, dan tidak lupa memulai percakapan dengan mengucapkan salam serta menunjukkan respon positif dan menunjukkan motivasi aktif selama proses berkomunikasi.

2.4 Terpaan Informasi Channel Youtube Autonetmagz

Interaksi responden dengan pesan pesan atau informasi yang disampaikan oleh saluran youtube Autonetmagz dijelaskan pada sub bab ini, variabel ini terdiri dari tiga indikator diantaranya adalah kemampuan menebutkan fitur dan kelebihan Honda City, kemampuan untuk menyebutkan nama penguji Honda city pada saluran Youtube Autonetmagz, dan kemampuan untuk menyebutkan kembali impresi berkendara dan hasil uji Honda City berikut adalah penjabaran dari masing masing indikator.

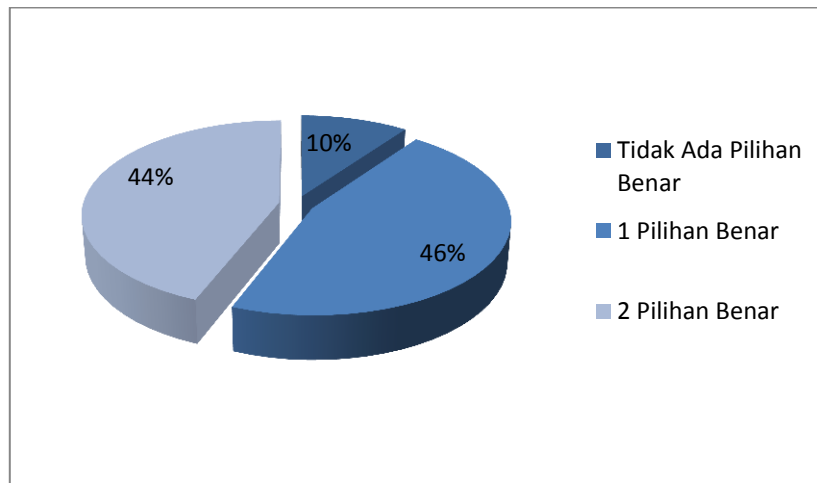
2.4.1 Kemampuan Untuk Menyebutkan Fitur dan Kelebihan Honda City

Pada sesi ini responden dalam mengisi kuesioner diminta untuk memilih masa saja diantara empat pilihan yang disediakan yang diantaranya merupakan fitur dan kelebihan Honda City, responden yang mampu memilih dua jawaban benar akan diberikan skor 2, jika hanya menjawab satu pertanyaan benar akan diberikan skor 1 dan bila tidak bisa menjawab sama sekali akan diberikan skor 0.

Gambar diagram berikut menunjukkan bagaimana kemampuan responden dalam menyebutkan fitur dan kelebihan Honda City.

Diagram 2.13

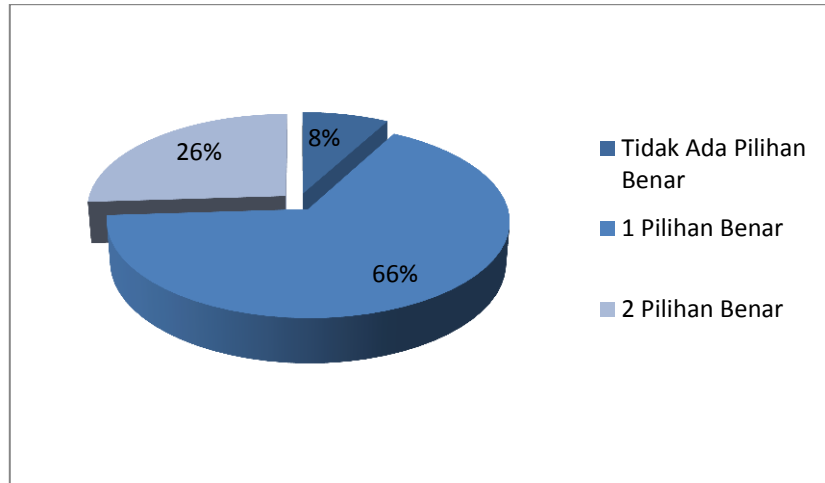
Kemampuan menyebutkan fitur lampu terbaru Honda City



Pada item pertanyaan ini terdapat dua jawaban benar yaitu pilihan jawaban a (*multi reflector LED*) dan pilihan jawaban c (*LED Lamp*), dari gambar diagram 2.13 terlihat bahwa responden yang mampu menjawab dua pilihan benar dan satu pilihan benar tampak seimbang, mayoritas responden dapat menjawab satu jawaban, sedikit dibawahnya responden yang mampu menjawab dua pilihan jawaban yang benar, sedangkan masih terdapat responden yang tidak dapat menjawab dengan benar dari dua jawaban yang disediakan.

Diagram 2.14

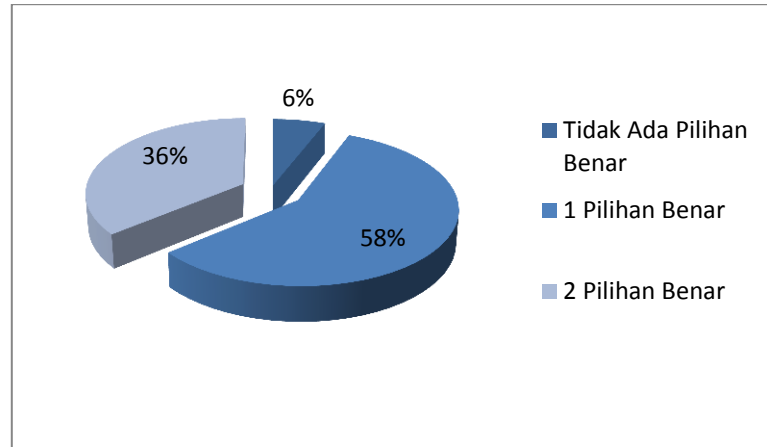
Kemampuan menyebutkan peralatan keselamatan Honda City



Pada item pertanyaan ini terdapat dua jawaban benar yaitu pilihan jawaban a (*anti braking lock system*) serta jawaban c (*vehicle stability assist*), dari gambar diagram 2.14 dapat terlihat bahwa mayoritas responden hanya mampu menjawab satu jawaban dengan benar, dan tepat dibawahnya terdapat responden yang mampu menjawab 2 jawaban dengan benar serta terdapat sebagian kecil responden tidak mampu menjawab jawaban peralatan keselamatan Honda City dengan benar.

Diagram 2.15

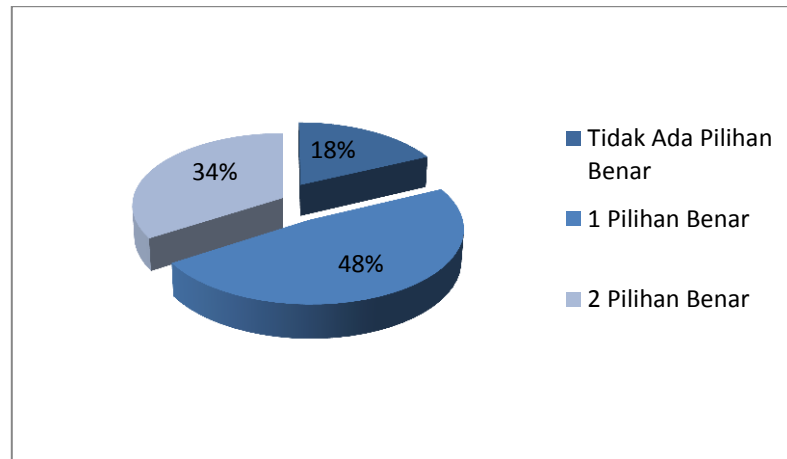
Kemampuan menyebutkan peralatan keselamatan interior Honda City



Pada item pertanyaan ini terdapat dua jawaban benar yaitu item jawaban a (*dual airbag*) dan item jawaban d (*isofix seat*), dari gambar diagram 2.15 dapat terlihat bahwa ditunjukkan mayoritas responden yang menjadi subjek penelitian hanya mampu menjawab satu pilihan dengan benar dan presentase terbesar selanjutnya ditempati oleh responden yang mampu menjawab dua jawaban dengan benar, nampaknya fitur keselamatan menjadi point penting dalam pengamatan responden tentang Honda City.

Diagram 2.16

Kemampuan menyebutkan fitur interior Honda City



Pada item pertanyaan ini terdapat dua jawaban benar yaitu item jawaban b (*digital climate control*) dan itemn jawaban C (*floating head unit*), dari gambar diagram 2.16 dapat terlihat bahwa presentase terbesar bersal dari responden yang mampu menyebutkan satu pilihan jawaban dengan benar mengenai fitur interior Honda City dengan benar, namun responden yang mampu menjawab duapilihan dengan benar masih diatas presentase responden yang tidak dapat menjawab pilihan dengan benar sama sekali sehingga disimpulkan bahwa responden melakukan perhatian yang cukup besar pada sektor fitur dalam Honda City.

2.4.2 Kemampuan untuk Menyebutkan Penguji Honda City pada Saluran Youtube Autonetmagz

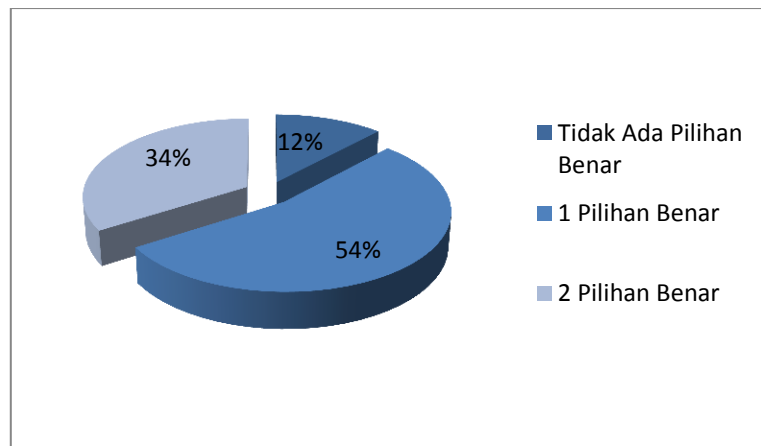
Pada sesi ini responden dalam mengisi kuesioner diminta untuk memilih masa saja diantara empat pilihan yang disediakan yang diantaranya merupakan jawaban

dari indikator kemampuan untuk menyebutkan penguji Honda City pada saluran Youtube Autonetmagz, responden yang mampu memilih dua jawaban benar akan diberikan skor 2, jika hanya menjawab satu pertanyaan benar akan diberikan skor 1 dan bila tidak bisa menjawab sama sekali akan diberikan skor 0.

Gambar diagram berikut menunjukkan bagaimana kemampuan responden dalam menyebutkan fitur dan kelebihan Honda City

Diagram 2.17

Kemampuan menyebutkan penguji Honda City



Pada item pertanyaan ini terdapat dua jawaban benar yaitu item jawaban a dengan nama penguji Diandra dan item jawaban b dengan nama penguji Hillarius Satrio keduanya adalah penguji saluran Youtube Autonetmagz yang menguji kendaraan Honda City, angka presentase terbesar disumbang oleh responden yang hanya mampu menyebutkan satu penguji Honda City di saluran Youtube Autonetmagz, lalu disusul presentase terbsar kedua disumbang responden mampu

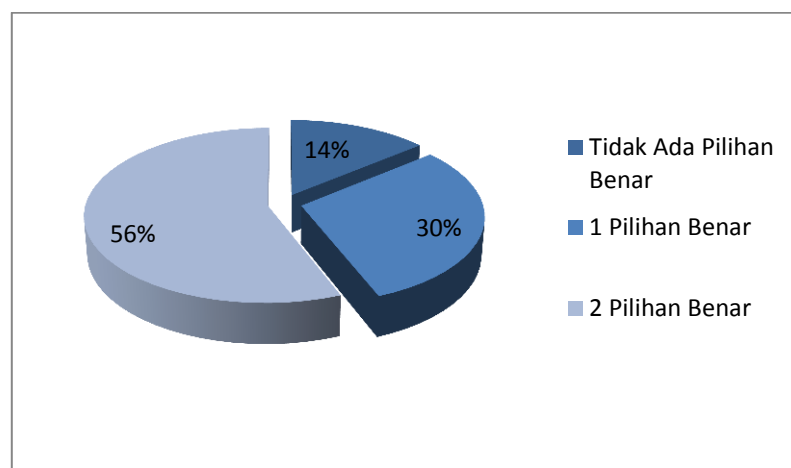
memilih dua jawaban dengan benar, dan angka presentasi terkecil didapat dari responden yang tidak dapat menyebutkan sama sekali penguji Honda City.

2.4.3 Kemampuan untuk Menyebutkan Kembali Impresi Berkendara dan Hasil Uji Honda City

Pada sesi ini responden dalam mengisi kuesioner diminta untuk memilih masa saja diantara empat pilihan yang disediakan yang diantaranya merupakan jawaban dari indikator kemampuan untuk menyebutkan kembali impresi berkendara dan hasil uji Honda City pada saluran Youtube Autonetmagz, responden yang mampu memilih dua jawaban benar akan diberikan skor 2, jika hanya menjawab satu pertanyaan benar akan diberikan skor 1 dan bila tidak bisa menjawab sama sekali akan diberikan skor 0.

Diagram 2.18

Kemampuan menyebutkan hasil uji dan impresi berkendara Honda City



Pada item pertanyaan ini terdapat dua jawaban benar yaitu item jawaban a (Honda City memiliki respons kemudi yang ringan) dan item jawaban b (Honda City memiliki *body roll* yang minim) hasil penelitian menunjukkan angka presentase terbesar disumbang dari responden yang dapat menyebutkan kembali kedua jawaban yang benar dari hasil uji dan impresi berkendara Honda City dan presentase terbesar kedua disumbang dari responden yang hanya mampu menyebutkan satu pilihan jawaban dengan benar, nampaknya sesi impresi berkendara dan uji berkendara menjadi fokus responden ketika menonton tayangan uji Honda City di Autonetmagz ditunjukkan dengan mayoritas responden yang mampu menjawab dua jawaban dengan benar.

2.4.4 Kategorisasi Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz

Setelah melihat data yang didapat melalui beberapa indikator terpaan informasi channel Youtube Autonetmagz, selanjutnya adalah pemaparan penilaiannya. Penilaian ini didapat melalui penyusunan tabel distribusi nilai variabel. Terdapat 6 item pertanyaan, dimana setiap item diberi skor 0-3, kemudian dapat diketahui jumlah total masing masing item pertanyaan. Diketahui skor total tertinggi adalah 13 dan skor terendah adalah 0. Kemudian variabel kompetensi komunikasi ambassador ini akan dibagi menjadi 3 kelas yaitu Tinggi, Sedang dan rendah kategorisasi ini menggunakan rumus :

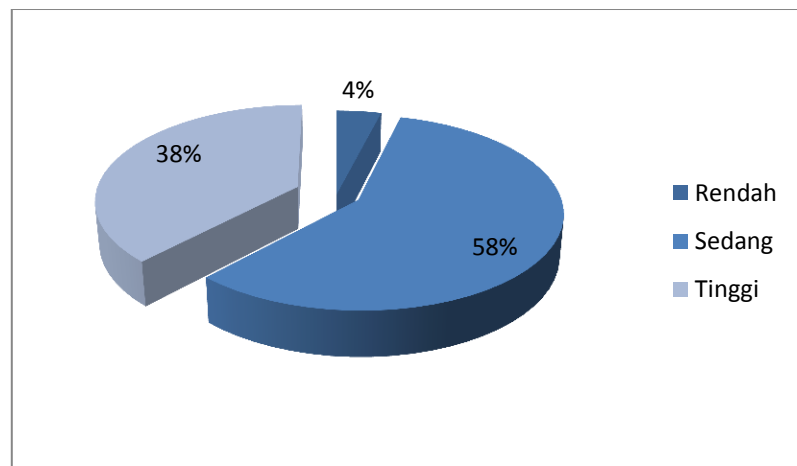
Dengan demikian kategorisasi dari variabel kompetensi komunikasi tenaga penjual sebagai berikut :

- a. Skor 0 – 3 diartikan responden mendapat terpaan informasi rendah
- b. Skor 4 – 8 diartikan responden mendapat terpaan informasi sedang
- c. Skor 9 - 12 diartikan responden mendapat terpaan informasi tinggi

Hasil kuesioner untuk variabel terpaan informasi *channel* youtube Autonetmagz ditampilkan dalam diagram 2.19 berikut in:

Diagram 2.19

Terpaan Informasi Channel Youtube Autonetmagz



Pada hasil diagram 2.19 bisa disimpulkan bahwa hanya sedikit sekali responden yang menunjukan mendapat terpaan informasi rendah, sebaliknya angka paling tinggi atau mayoritas responden menunjukan mendapat terpaan informasi sedang, dan dengan presentase sedikit dibawahnya adalah responden yang memiliki

tingkat terpaaan informasi tinggi dengan mampu mengingat dan memahami sangat baik video uji mobil Honda City oleh saluran Youtube Autonetmagz.

2.5 Keputusan Pembelian Mobil Honda City di Kota Semarang

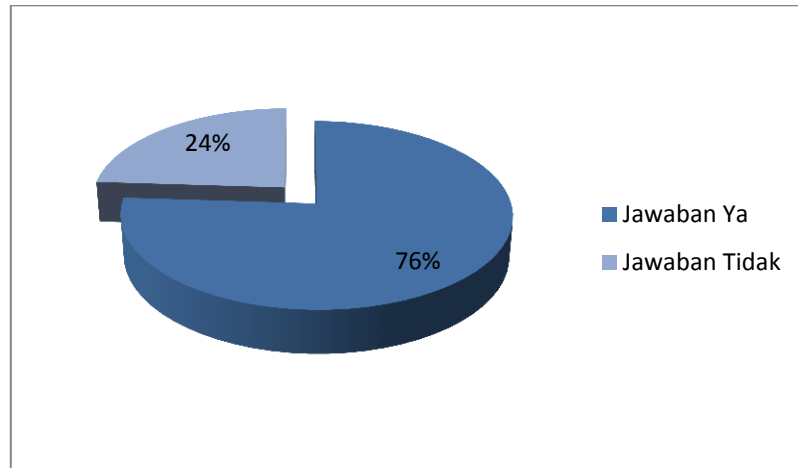
Pada subab ini dijelaskan keputusan yang diambil oleh responden yang merupakan warga kota Semarang untuk menggunakan produk Honda City, variabel keputusan pembelian mobil Honda City di Kota Semarang hanya dapat diukur menggunakan satu indikator yaitu responden memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk Honda City.

2.5.1 Keputusan Pembelian

Pada sesi ini responden dalam mengisi kuesioner diminta untuk memilih mana saja diantara dua pilihan yang disediakan yaitu jawaban “YA” dan “TIDAK”, responden tidak ada jawaban benar maupun jawaban salahm, dalam hal pemberian nilai jawaba “YA” bernilai angka 1 dan jawaban tidak bernilai angka 0.

Diagram 2.20

Memutuskan untuk membeli Honda City



Pada diagram 2.20 terlihat bahwa mayoritas responden yang menjadi subjek penelitian memutuskan untuk membeli Honda City sebagai kendaraan pribadi di kelas sedan ringan setelah melakukan proses komunikasi dengan tenaga penjual dan juga menonton tayangan video uji di saluran Autonetmagz, sedangkan sebagian lainnya memutuskan untuk tidak membeli Honda City.